Fechas y horarios: días 2, 9 y 14 de abril de 2027, de 9:15 a 14:15 h.

Duración: quince horas.

Opciones de realización:

1. Presencial (Madrid capital) o
2. Aula Virtual (videoconferencia mediante ZOOM).

Dirigido a: personal de departamentos comerciales que necesiten adquirir o adecuar sus habilidades comerciales para abordar con éxito sus objetivos.

Objetivos:

- Dotar de herramientas para el análisis y gestión de la cartera de clientes y para la fijación de las diferentes estrategias para abordar a cada uno de los clientes.
- Desarrollar un método para preparar las visitas comerciales, contemplando todos los aspectos necesarios para conducir adecuadamente la negociación.
- Recorrer el proceso de negociación y entrenar las competencias y habilidades necesarias para llevar a buen término los acuerdos.

Metodología:

Se imparte siguiendo un sistema pedagógico eminentemente práctico, que alterna explicaciones teóricas con ejercicios didácticos, casos prácticos, simulación de situaciones reales, etc., basados en la práctica profesional.

Precio por participante: Trescientos (300) euros más el 21% IVA

(Bonificable a través de la Fundación Estatal; podemos realizar la gestión, sin cargo adicional).

C/ Sagasta, 8 – 1ª Plta. (28004 Madrid) ♦ Tel. 910 910 292 ♦ contacto@esventia.es

Programa:

IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES Y DE LA PROSPECCIÓN:

- Análisis del riesgo de la cartera de clientes.
- Distribución de los clientes.
- La matriz cruzada de clientes.
- La importancia y la urgencia de cada gestión comercial.

CONCERTACIÓN DE ENTREVISTAS EN LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES:

- Objetivos de la llamada.
- Preparación de la llamada de prospección.
- Etapas de la llamada de concertación de entrevistas.

PLANIFICACIÓN Y PREPARACIÓN DE LAS VISITAS COMERCIALES:

- Recogida de información.
- Fijación de objetivos.
- Estructura de la visita.

CÓMO ESTABLECER UN CLIMA POSITIVO CON EL CLIENTE:

- Romper el "hielo".
- Captar la atención.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL CLIENTE Y DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES:

- Motivaciones de compra de los clientes.
- Roles del comprador.
- El método SPIN y la estrategia de preguntar.

LA ARGUMENTACIÓN PERSUASIVA:

- Informaciones y argumentos.
- Los mensajes personalizados.
- Control del interés del cliente.

NEUTRALIZAR OBJECIONES:

- Tipos de objeciones.
- Técnicas para refutar objeciones.

NEGOCIACIÓN:

- Seguimiento de las ofertas.
- Intereses y posiciones.
- Manejo de las concesiones.
- Control de "juegos sucios".
- El cierre de acuerdos.

C/ Sagasta, 8 – 1ª Plta. (28004 Madrid) ♦ Tel. 910 910 292 ♦ contacto@esventia.es